

УДК 339.138

Контекстная реклама как инструмент маркетинга

Силивончик А.С.

Научный руководитель старший преподаватель Аснович Н.Г.

Белорусский национальный технический университет

Развитие информационных технологий, среди которых значительное место отводится Интернету, оказало сильное влияние на формирование и развитие мирового информационного сообщества, а также является основой для появления интернет-маркетинга.

Статистика роста оборотов Интернет-торговли ярко демонстрирует, что Интернет на данный момент является одной из главных площадок для продаж.

Под Интернет-маркетингом понимается комплекс мероприятий, осуществляемых современными сетевыми методами, которые направлены на продвижение торговых марок и продажу услуг и товаров в интернете. Об интернет-маркетинге следует говорить, как о самостоятельном виде деятельности в сфере электронного бизнеса.

Одним из основных инструментов воздействия является контекстная реклама. Данный вид рекламы соответствует принципам так называемого доверительного маркетинга.

Принцип, которого не в отвлечении человека рекламой, а предоставление нужной информации. Технически контекстная реклама представляет собой объявления, содержание которых соответствует контексту веб-страницы.

Контекстную рекламу можно разделить на два крупных вида: тематическую и поисковую. Тематическая реклама размещается на сайтах являющихся партнерами компаний, предоставляющих услугу контекстной рекламы, соответственно объявления подбираются так чтобы они были подходящий тематике страниц сайта.

Поисковая реклама демонстрируется в окне результатов поиска поисковой системы и соответствует по содержанию поисковому запросу пользователя.

Основные преимущества данного вида рекламы в том, что бюджет рекламной кампании будет существенно ниже бюджета рекламной кампании, также реклама нацелена на строго определенный круг лиц и запуск рекламной компании значительно быстрее.